

Paparan selektif penggunaan fitur senyap dan teman dekat pada twitter dan instagram

Aisha Andari Rahmiputri^{*)}, Irwansyah
Universitas Indonesia

Jalan Salemba Raya 4 Jakarta Pusat, Indonesia
Email: aishaandari93@gmail.com, +6221 7270006

How to Cite This Article: Rahmiputri, A.A., Irwansyah, I., (2019). Paparan selektif penggunaan fitur senyap dan teman dekat pada twitter dan instagram. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(3). doi: 10.25139/jsk.3i3.1681

Received: 27-05-2019,
Revision: 02-07-2019,
Acceptance: 17-07-2019,
Published online: 08-11-2019

English Title: *Selective Exposure in Using Mute and Close Friends Feature on Twitter and Instagram*

Abstract Social media has become a part of human's life. Social Networking Sites or SNS which a part of social media allows the users to create their own network. Not only that but users can also choose their friends, what kind of content they want to see, what kind of relationship then want to have, or to keep certain content just for a few people to see through social media. A few features like mute feature to close friends feature are there for users to use on Twitter and Instagram. This research will try to find out how those features are being used by the users and why those features are needed. In depth interview is used to six informants who use the mute and close friend feature on Twitter or Instagram. Selective exposure theory is used to see how someone is more interested in seeing contents that match their believes and interests. It shows that mute feature is used to filter some stuff that they want to see and avoid things they don't like. The mute feature also useful for keeping the relationship in a good term between the users and other people. Meanwhile, close friends feature is used to maintain the connection users have with a few people where they can share stuff to those people only. Users also think that close friends feature is useful to protect their privacy.

Keywords: social networking sites; social media; mute feature; close friends; networking

Abstrak Media sosial merupakan sesuatu yang telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Social Networking Sites atau situs jejaring sosial yang merupakan bagian dari media sosial memungkinkan penggunaanya untuk membentuk jaringan mereka sendiri. Tidak hanya itu, seseorang kini dapat memilih dengan siapa ia ingin berteman, konten seperti apa yang ingin mereka lihat, dan pemilihan konten yang

^{*)} Corresponding Author

dapat dilihat hanya oleh orang-orang tertentu saja. Beberapa fitur seperti tombol senyap (mute) hingga fitur teman dekat (close friend) disediakan oleh jejaring sosial seperti Twitter dan Instagram. Penelitian ini akan mencoba menggali bagaimana fungsi senyap dan teman dekat digunakan dan mengapa pengguna merasa perlu menggunakan fungsi tersebut. Wawancara mendalam dilakukan pada enam orang informan yang menggunakan fitur senyap atau teman dekat pada media sosial Twitter dan Instagram. Teori paparan selektif digunakan untuk menjelaskan bagaimana seseorang memilih hal apa yang ingin mereka konsumsi berdasarkan kepercayaan mereka. Temuan menunjukkan bahwa fitur senyap digunakan untuk menyaring hal-hal apa yang ingin dilihat dan tak ingin dilihat oleh pengguna serta untuk menjaga hubungan dengan orang lain. Sedangkan fitur teman dekat digunakan untuk membagikan sesuatu ke orang tertentu saja sebagai bentuk dari penjagaan privasi.

Kata kunci: jejaring sosial; media sosial; fitur senyap; teman dekat; jaringan

PENGANTAR

Dewasa ini kita hidup di era dimana teknologi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Terutama teknologi yang menyokong kebutuhan komunikasi manusia, media sosial muncul dan memberikan wadah bagi penggunaannya untuk menjalin hubungan melalui internet yang dapat dilakukan oleh siapa pun, kapan pun dan dimana pun. Sehingga dapat dikatakan bahwa teknologi memiliki peranan penting bagi khalayak dalam hal komunikasi dan menjalin hubungan dengan seseorang. Namun, tentu saja bentuk komunikasi dan hubungan yang terjalin dalam kehidupan nyata dan lewat media sosial tidaklah sama. Dalam kehidupannya nyata komunikasi dan hubungan yang dimiliki seseorang dengan orang lain bisa saja dibatasi oleh hal-hal tertentu seperti jarak dan waktu. Namun media sosial menjadikan hubungan itu dapat terjalin tanpa harus mengkhawatirkan batasan-batasan tersebut (Ligget & Ueberall, 2016). Tidak hanya menjalin sebuah hubungan, perkembangan teknologi juga memberikan fasilitas dan cara baru yang lebih mudah dan praktis bagi penggunaannya untuk mengetahui lebih banyak jenis informasi yang berada disekitar mereka. Media sosial merupakan sebuah teknologi yang dibentuk untuk membantu mempermudah penyebaran informasi dan berita (Messing & Westwood, 2012). Ketika seseorang menyebarkan informasi, belum tentu sesuatu yang mereka sebarkan akan sesuai dengan pandangan pengguna lainnya. Sebab, informasi yang disebar bisa saja hanya terfokuskan pada ketertarikan dari pemilik akun tersebut (Ligget & Ueberall, 2016). Oleh sebab itu ketika setiap pengguna memiliki perbedaan pandangan dan secara bersamaan dapat dengan mudah terpapar oleh informasi maka pemilihan konten menjadi penting dan dibutuhkan terutama oleh pengguna media sosial dalam berkomunikasi hingga menjalin hubungan. Media sosial menyediakan beberapa fitur seperti fitur *follow* dan *unfollow* serta fitur senyap dan teman dekat. Sehingga, dalam penelitian ini akan dibahas mengenai teori paparan selektif yang diaplikasikan lewat penggunaan fitur senyap dan teman dekat pada media sosial Twitter dan Instagram dalam menyaring konten-konten tertentu oleh para pengguna media sosial.

Sudah menjadi hal yang umum diketahui bahwa dengan munculnya internet komunikasi yang terjadi antar manusia menjadi lebih mudah dilakukan. Berkat Tim Bernes-Lee, manusia kini dapat berkomunikasi dan menikmati informasi dengan lebih mudah dengan ditemukannya *world wide web* pada tahun 1989 (Danesi, 2012). Sebelum ditemukannya internet seseorang harus menempuh perjalanan agar bisa bertemu satu sama lain dan komunikasi yang dilakukan harus secara tatap muka. Namun dengan adanya teknologi, perjalanan yang sebelumnya ditempuh menjadi lebih pendek dan praktis dengan digunakannya teknologi berkirim surat, telepon hingga dewasa ini internet dan media sosial. Dengan media sosial, pengguna bahkan dapat berhubungan dan berkomunikasi dengan orang yang sebelumnya tidak pernah mereka temui bahkan yang tidak mereka kenal. Tidak dapat dipungkiri bahwa kemudahan yang ditawarkan dengan munculnya media sosial menjadikan media sosial teknologi yang banyak diminati oleh khalayak. Pada data yang dilansir dari *Hootsuite: We are Social* menunjukkan bahwa pengguna media sosial telah mencapai 3.196 miliar pengguna pada tahun 2018 yang terjadi kenaikan sebanyak 13% terhitung dari Januari 2017. Indonesia menempati urutan ke 3 negara dengan kenaikan penggunaan media sosial sebanyak 24 juta orang dan pengguna Instagram terbesar sebanyak 53 juta pengguna (Kemp, 2018).

Media sosial menjadikan seseorang terpapar dengan banyak hal dan informasi. Dewasa ini, semakin banyak orang yang menggunakan media sosial sebagai sumber utama mereka dalam mengetahui berita dan informasi terkini (Messing & Westwood, 2012). Beberapa pengguna media sosial tidak lagi mengetahui berita dan informasi dengan menontonnya di televisi atau membacanya lewat surat kabar. Pengguna media sosial dapat terpapar dengan segala jenis hal seperti berita, tren, bahkan kabar mengenai teman dan kerabat yang mereka ikuti. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan sosial media memudahkan pengguna untuk mengetahui banyak hal seperti informasi dan berita yang sehari-hari dengan mengaksesnya lewat *web browsers* baik itu lewat komputer, laptop, tablet hingga *smartphone*. Tidak hanya karena menawarkan mobilitas namun kemudahan akses yang ditawarkan oleh jejaring sosial pada akhirnya menjadi salah satu alasan mengapa jejaring sosial banyak digunakan oleh kalangan masyarakat untuk berbagai macam hal (Akram & Kumar, 2018).

Dalam penggunaan media sosial, pengguna dapat memilih informasi apa yang menarik untuk mereka. Dengan kata lain, seorang pengguna dapat memilih untuk terpapar oleh konten yang sesuai dengan apa yang mereka yakini dan pahami. Hal tersebut termasuk ke dalam sikap pengguna dalam memilih konten yang ingin mereka nikmati dan sebarakan sebagai bagian dari teori paparan selektif (Stroud, 2014). Terdapat berbagai cara dimana seseorang dapat bersikap selektif dalam membentuk jaringannya sendiri dan bagaimana mereka memilih konten yang ingin mereka tunjukkan dan mereka konsumsi. Selektif dalam

memilih jaringan sosial termasuk di dalamnya. Seringkali terdapat beberapa pengguna jaringan sosial yang termasuk di dalam daftar pertemanan kita yang mengunggah konten yang tidak sesuai dengan apa yang kita sukai atau bahkan tidak menarik untuk kita namun karena telah mengikuti akun tersebut, secara tidak langsung kita terpapar oleh hal-hal tersebut.

Melihat hal tersebut pengguna mulai memanfaatkan fitur yang disediakan oleh jejaring sosial layaknya Twitter dan Instagram yang disebut dengan fitur *mute* (senyap) dan *close friends* (teman dekat). Twitter merupakan jejaring sosial yang menawarkan fitur tombol senyap sedangkan Instagram merupakan jejaring sosial yang tak hanya memiliki fitur tombol senyap namun juga fitur teman dekat. Pada Twitter, pengguna dapat menggunakan fitur senyap untuk menyembunyikan kata-kata yang berhubungan dengan konten tertentu yang tidak ingin mereka lihat. Tidak hanya itu, pengguna juga dapat menggunakan fitur senyap agar tidak terpapar oleh akun-akun lain (Moscaritolo, 2014). Sama seperti Twitter, Instagram juga memiliki fitur tombol senyap yang tidak hanya menyembunyikan *story* namun juga unggahan pada *feed* seseorang (Notopoulos, 2018). Sekarang ini, dengan semakin banyaknya pengguna media sosial terjadi kecenderungan dimana pengguna mengikuti semua kenalan mereka tidak hanya orang-orang tertentu saja. Namun seringkali pengguna ingin menyebarkan sesuatu yang hanya dapat dilihat oleh beberapa orang saja. Ada hal-hal yang lebih nyaman dibagikan pada orang-orang tertentu tidak pada seluruh pengikut mereka. Keberadaan fitur *close friends* pada Instagram seakan memberikan solusi akan hal tersebut. Pada dasarnya, fitur teman dekat mengizinkan pengguna untuk menunjukkan apa yang mereka unggah pada Instagram *story* agar hanya dapat dilihat oleh orang-orang tertentu saja (Pardes, 2018).

Beberapa artikel menuliskan bagaimana kedua fitur ini dianggap mampu memperbaiki hubungan yang dimiliki seseorang di media sosial dimana pengguna dapat tetap menjaga perasaan pengikut mereka. Seseorang tidak lagi harus "memutuskan" hubungan dengan berhenti mengikuti sebuah akun apabila mereka dapat dengan mudah membisukan akun-akun tersebut (Notopoulos, 2018).

Beberapa uraian di atas menunjukkan bagaimana jejaring sosial dan fitur yang disediakan di dalamnya mempengaruhi cara manusia berkomunikasi. Begitu juga dengan disediakannya fitur senyap dan teman dekat pada Twitter dan Instagram itu sendiri. Dalam menggunakan fitur senyap dan teman dekat setiap pengguna memiliki alasannya masing-masing. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat cara dan alasan pengguna dalam memanfaatkan fitur senyap dan teman dekat yang sebelumnya tidak disediakan oleh Twitter maupun Instagram tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dicari tahu: 1) Mengapa pengguna jejaring sosial Twitter dan Instagram memilih untuk menggunakan fitur senyap dan teman dekat dalam memilih konten? 2) Bagaimana pengguna jejaring sosial Twitter dan

Instagram memanfaatkan pemilihan konten lewat fitur senyap dan teman dekat pada kedua jejaring sosial tersebut?.

Teori paparan selektif atau *selective exposure theory* menjelaskan bagaimana seseorang terpapar dengan konten dan topik yang sesuai dengan pandangan dan kepercayaan mereka. Teori ini sering kali dihubungkan dengan pandangan politik (Garret, 2014). Seperti yang diketahui media memiliki peranan dalam memberikan informasi pada khalayak terkait berbagai macam hal. Paparan media tersebut memiliki peranan terhadap kepercayaan dan ideologi seseorang. Dengan kehadiran internet, paparan informasi yang diterima oleh khalayak menjadi semakin luas dan beragam sumbernya (Morgan, Lampe, & Shafiq, 2013). Teori paparan selektif pada dasarnya adalah bagaimana seseorang memilih pesan dan informasi yang ingin mereka lihat berdasarkan apa yang mereka percaya, mereka yakini dan sesuatu yang merupakan pilihannya. Dengan kemajuan teknologi, cara orang berkomunikasi juga semakin berkembang dan hal tersebut mendorong semakin banyaknya jenis informasi yang tersedia (Stroud, 2014). Keberagaman informasi tersebut salah satunya disebabkan oleh kemampuan media sosial yang menyediakan wadah bagi penggunanya untuk memilih konten bahkan membentuk konten mereka sendiri.

Pada penggunaan media sosial, teori ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana seseorang memilih konten yang menurutnya lebih menarik dibandingkan yang lain dan sesuai dengan pandangan mereka masing-masing. Memilih siapa yang ingin mereka hubungi seperti jaringan sosial menjadi penting dilakukan ketika seseorang menggunakan media sosial (Burke, 2012). Seringkali teman dan kerabat lain yang menggunakan jejaring sosial mengunggah sesuatu yang bertolak belakang dengan pandangan kita atau pada dasarnya konten yang mereka miliki mengganggu dan tidak kita sukai. Seseorang yang terlalu sering mengunggah sesuatu, atau seseorang yang menunggah cuitan berupa hal-hal yang tidak menarik untuk kita sehingga kita merasa ingin menghindari cuitan-cuitan tersebut. Memilih dan memilih menjadi hal yang penting untuk dilakukan di era digital dimana paparan mengeani informasi lebih mudah didapatkan (Haran, 2017). Teori ini digunakan karena dirasa mampu menjelaskan perilaku selektif pengguna media sosial Twitter dan Instagram.

Jejaring sosial bukanlah hal yang asing bagi kebanyakan orang sebab sudah banyak orang yang menggunakan jejaring sosial untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan pengguna lain. Jejaring sosial sering sekali dihubungkan dengan media sosial. Bahkan istilah media sosial dan jejaring sosial sering kali digunakan untuk konteks yang sama. Namun, sebenarnya sosial media dan jejaring sosial bukanlah sesuatu yang benar-benar sama. Media sosial merupakan media *online* yang memiliki beberapa karakteristik seperti keterbukaan, partisipasi, hubungan, percakapan dan komunitas (Mayfield, 2008). Dalam jurnal lain disebutkan bahwa sosial media memungkinkan seseorang untuk dapat

memproduksi, berbagi dan bersama-sama membuat konten sosial dan hal tersebut merupakan bentuk dari kemampuan web 2.0 (Kuss & Griffiths, 2017). Bayangkan sosial media sebagai sebuah wadah atau payung besar yang memiliki beberapa bentuk lain diantaranya adalah blog, *wikis*, *podcast*, forum, *microblogging*, jejaring sosial, dan *content community* (Mayfield, 2008). Sehingga apabila dilihat, jejaring sosial merupakan bagian di bawah naungan payung besar tersebut atau salah satu bentuk dari media sosial. Jejaring sosial dijelaskan sebagai, sebuah layanan berbasis situs dimana untuk menggunakannya pengguna harus memiliki sebuah akun yang hanya dapat digunakan apabila mereka membentuk profil mereka masing, membentuk daftar pertemanan dan dengan siapa mereka memiliki hubungan satu sama lain, serta menelusuri hubungan yang dimiliki oleh pengguna lain seperti fitur *mutual friends* (Boyd & Ellison, 2007).

Seperti yang telah diungkapkan, untuk menggunakan jejaring sosial pengguna biasanya diminta untuk mendaftar terlebih dahulu dengan membentuk sebuah akun. Ketika membentuk sebuah akun, seseorang akan diminta keterangan mengenai nama, tanggal lahir, jenis kelamin hingga foto dan *username* apa yang mereka pilih untuk digunakan. Seperti yang diketahui, sosial media atau jejaring sosial mengizinkan pengguna untuk membentuk jaringannya sendiri. Seorang pengguna jejaring sosial dapat bertemu dengan siapa saja lewat internet dan "berteman" dengan siapapun. Berteman dalam hal ini sering kali disamakan dengan istilah seperti *follow* (ikuti) atau *add friends* (tambahkan teman) yang sering digunakan di jejaring sosial seperti Twitter, Instagram atau Facebook. Dengan adanya fitur "*follow*" tersebut, pengguna dapat melihat daftar pertemanan yang dimiliki oleh pengguna lain. Tidak hanya itu, jejaring sosial mengizinkan pengguna untuk mengetahui hubungan yang dimiliki seseorang dengan teman lain yang mereka miliki atau biasa disebut dengan fitur *mutual friends* (Boyd & Ellison, 2007). Sebelum kita memasuki era jejaring sosial Facebook, sebelumnya diperkenalkan situs jejaring sosial Friendster yang mana situs ini digunakan untuk membangun komunitas antar pengguna. Komunitas tersebut juga terbangun berkat kemampuan situs Friendster dalam memfasilitasi hubungan yang dimiliki tiap pengguna melalui informasi yang mereka kumpulkan dari pembentukan profil (Breslin & Decker, 2007).

Twitter dan Instagram merupakan sebuah jejaring sosial yang berbeda beberapa jejaring sosial lainnya seperti Facebook misalnya, sebab hubungan yang dimiliki para pengguna Twitter tidak selalu membutuhkan persetujuan dari kedua belah pihak. Apabila seseorang mengikuti sebuah akun, ia tidak harus menunggu persetujuan akun tersebut untuk mengikutinya kembali untuk melihat sesuatu yang diunggah oleh pemilik akun tersebut. Dengan Twitter, seseorang dapat menggunakan fitur *retweet* untuk menyebarkan kembali cuitan-cuitan atau biasa disebut dengan RT (Kwak, Lee, Park, & Moon, 2010). Selain fitur *retweet*, *hashtag* merupakan salah satu istilah yang dikenal oleh

para pengguna Twitter. *Hashtag* tidak hanya merupakan sebuah istilah namun juga fitur yang pada dasarnya menggunakan tanda pagar (#) pada sebuah kata. *Hashtag* membantu pengguna untuk mengategorikan berbagai topik yang nantinya dapat menjadi "trend" pada Twitter yang sering dikenal dengan sebutan trending topik (Deller, 2011). Twitter mengizinkan pengguna untuk menunggah cuitan berupa apapun yang berjumlah 280 kata untuk setiap cuitan. Oleh karena itu, Twitter sering disebut sebagai website "micro-blogging" yang pada dasarnya menjelaskan bagaimana pengguna dapat menunggah konten pendek seperti menunjuka kegiatan mereka sehari-hari, pendapat, hingga informasi-informasi penting yang mungkin dibutuhkan oleh pengguna lainnya (Yazdanifard, Obeidy, Fadzilah, Yusoff, & Babaei, 2011).

Tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran media sosial mengubah cara manusia berkomunikasi. Seperti yang kita ketahui, media sosial yang merupakan bentuk dari web 2.0 dijelaskan sebagai web yang memiliki sifat komunikatif dan berbeda dengan web di era sebelumnya yaitu web 1.0 yang hanya merupakan komunikasi bersifat kognitif (Fuchs, 2007). Dengan adanya sosial media, pengguna dapat dengan lebih mudah terpapar oleh berbagai hal, menyebarkan informasi dan menjalin hubungan dengan pengguna lainnya. Terlebih dengan adanya jejaring sosial yang mengizinkan pengguna membentuk jaringan mereka sendiri dan mampu menghubungkan setiap orang dimana pun dan kapan pun. Teman-teman lama, kerabat jauh, bahkan orang yang belum pernah kita temui sebelumnya.

Hubungan antara pengguna jejaring sosial dan pengikutnya yang sering disebut juga sebagai "teman" (*Friends*) tidak melulu diartikan sebagai mereka yang secara aktif selalu berinteraksi dengan pengguna baik di kehidupan nyata maupun via jejaring sosial. Seringkali dalam daftar teman yang dimiliki, tidak semuanya pernah melakukan interaksi dengan pengguna sehingga teman atau pengikut pada jejaring sosial hanya akan menjadi "daftar nama" saja (Breslin & Decker, 2007).

Perubahan interaksi dan cara berkomunikasi juga dirasakan ketika privasi sulit untuk didapatkan oleh pengguna media sosial. Pengguna bisa saja menjadikan akun mereka terkunci dan hanya dilihat oleh beberapa orang saja tapi hal tersebut tidak menutupi kemungkinan apa yang mereka sebar atau bahkan profil mereka tidak disebarkan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab. Sebelum memasuki era media sosial, seseorang menggunakan buku harian untuk menumpahkan perasaan mereka, menuliskan kejadian penting seperti apa yang terjadi hari itu hingga rahasia yang mereka miliki. Namun kini, keadaan berubah dimana manusia menggunakan media sosial untuk bercerita tentang kejadian yang mereka alami hingga hal-hal yang cenderung pribadi. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa setiap pengguna jejaring sosial membentuk profil mereka yang pada dasarnya terdiri dari data diri mereka (Boyd & Ellison, 2007). Oleh karena itu penjaan terhadap privasi menjadi hal yang dibutuhkan dan penting

bagi pengguna itu sendiri agar apa yang pengguna telah paparkan lewat profil mereka tidak disalahgunakan (Tuunainen, Pitkanen, & Marjaana, 2009).

Dalam melakukan penelitin ini, peneliti juga mempelajari jurnal-jurnal lain terkait media sosial, penggunaan fitur senyap hingga peran teori paparan selektif untuk menambah pandangan baru bagi peneliti. Sebuah jurnal membahas mengenai penggunaan fitur tombol *mute* (senyap) Twitter dan pemanfaatannya oleh para pengguna jejaring sosial tersebut dalam menghindari *spoiler* (Golbeck, 2012). Penelitian tersebut dilatarbelakangi oleh perilaku para pengguna Twitter ketika mereka berusaha menghindari beberapa hal yang akan berpotensi menjadi sebuah *spoiler* acara televisi pada cuitan-cuitan tertentu. Dalam penelitiannya dipaparkan apakah fitur senyap dapat membantu pengguna terhindari dari *spoiler* dengan melihat cuitan dari 10 November 2009 hingga 1 Februari 2010 mengenai tiga hal yaitu final kejuaraan NFC, episode terakhir pertengahan musim pertama untuk seri televisi *Glee*, dan episode perdana musim ke-tujuh seri televisi "24". Dalam temuannya, didapatkan bahwa fitur senyap tersebut dapat membantu pengguna untuk menutupi beberapa topik tertentu terkait *spoiler*, namun tidak sepenuhnya menjadikan cuitan-cuitan tersebut sama sekali tidak terlihat. Namun begitu, fitur ini dapat membantu orang tua dalam menjaga konten apa saja yang dilihat oleh anak dengan mengaktifkan fitur senyap (Golbeck, 2012). Penelitian ini dianggap mampu memberikan gambaran mengenai penggunaan tombol senyap sebagai filter untuk konten-konten tertentu yang dalam hal ini merupakan *spoiler*.

Penelitian lain pernah dilakukan untuk mengetahui hubungan antara penyebaran informasi pribadi dan pengembangan hubungan yang dilakukan pengguna di situs jejaring sosial. Data yang diambil dalam penelitian tersebut didapatkan melalui teknik survey yang dilakukan pada responden berkisar antara usia 12 hingga 83 tahun sehingga menjadikan penelitian tersebut penelitian kuantitatif. Survey dilakukan untuk mengetahui pengalaman pengguna jejaring sosial Facebook dan Hyves, mengenai perkembangan hubungan yang mereka dapatkan lewat kedua jejaring sosial tersebut. Temuan menunjukkan bawa jejaring sosial memiliki pengaruh pada hubungan yang dimiliki seseorang terlebih ketika mengetahui bagaimana teman dan kerabat dapat mengetahui mengenai informasi pribadi yang biasanya hanya diketahui oleh sahabat dan keluarga saja (Steijn & Schouten, 2013). Penelitian ini dapat membantu peneliti untuk melihat bagaimana teknologi seperti jejaring sosial berpengaruh pada hubungan dan komunikasi seseorang.

Penelitian yang menggunakan teori paparan selektif sebelumnya sudah banyak dilakukan. Salah satunya penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan mengeksplorasi efek yang dirasakan oleh masyarakat terkait ideologi yang mereka percaya dari *outlet* berita tertentu. Hal tersebut kemudian dikaitkan dengan perilaku mengkonsumsi, dan

menerima informasi serta kegiatan berbagi informasi di jejaring sosial Twitter. Teori paparan selektif digunakan untuk melihat bagaimana kepercayaan, pandangan dan ideologi pengguna berpengaruh dalam penyebaran informasi melalui Twitter (Morgan et al., 2013).

Penelitian dilakukan dengan memilih terlebih dahulu 12 sumber berita yang dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu liberal, konservatif dan netral. Kemudian di kumpulkan cuitan dari setiap sumber berita yang dilakukan selama seminggu berkisar dari 28 Februari 2012 hingga 8 Maret 2012. Cuitan-cuitan tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan sumber berita dan tiga kategori yang sebelumnya telah disebutkan yaitu liberal, konservatif dan netral. Penelitian kemudian dilakukan untuk melihat apakah perilaku berbagi membuktikan adanya bias dalam hal ideologi atau politik yang ditunjukkan dalam teori paparan selektif. Ditemukan bahwa pengguna membagikan informasi mengenai berita dengan cara yang serupa terlepas dari sumber berita maupun ideologi yang dimiliki sumber berita tertentu. Selain itu, ketika mereka menyebarkan semakin banyak konten berita, pengguna cenderung menggunakan sumber berita dengan sudut pandang yang berlawanan (Morgan et al., 2013). Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam melihat bagaimana teori paparan selektif diaplikasikan.

Ketiga penelitian terdahulu merupakan penelitian yang terfokuskan pada komunikasi menggunakan media sosial. Penelitian pertama meneliti mengenai peranan tombol senyap dalam menghindari *spoiler*, penelitian kedua menjelaskan bagaimana media sosial berperan pada hubungan seseorang dan penelitian ketiga menjelaskan mengenai bagaimana teori paparan selektif berperan dalam penyebaran informasi di media sosial. Meskipun begitu belum ada penelitian yang menghubungkan teori paparan selektif dengan penggunaan fitur senyap dan teman dekat pada media sosial. Penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru terhadap bagaimana pemilihan konten yang berhubungan dengan teori paparan selektif diaplikasikan dalam pilihan pengguna dalam menggunakan fitur senyap dan teman dekat pada jejaring sosial Twitter dan Instagram.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif yang pada dasarnya memahami cara seseorang memaknai sesuatu yang dalam hal ini memahami bagaimana khalayak memaknai penggunaan fitur di media sosial (Hancock, Ockleford, Windridge, & Midlands, 2009). Lebih jelasnya, penelitian ini memfokuskan pada topik mengenai penggunaan fitur senyap (*mute*) dan teman dekat (*close friends*) melalui jejaring sosial Twitter dan Instagram. Tidak ada batasan dalam menentukan minimal jumlah informan wawancara dalam penelitian kualitatif (Patton, 1990). Sehingga, untuk mendapatkan data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam yang dilakukan pada enam orang informan yang berusia 20-30 tahun

dan aktif menggunakan media sosial Twitter maupun Instagram. Informan yang dipilih juga mereka yang menggunakan fitur *mute* maupun *close friends* pada kedua jejaring sosial tersebut. Keenam informan dirasa peneliti telah dapat melengkapi data dan informasi yang ingin diketahuin serta menjawab pertanyaan penelitian (Patton, 1990).

Pertanyaan wawancara berupa pertanyaan mengenai keterlibatan pengguna dengan jejaring sosial pilihan mereka baik itu Twitter maupun Instagram, tujuan penggunaan masing-masing jejaring sosial, hubungan antara pengguna dengan pengguna lain dan tujuan digunakannya fitur *mute* maupun *close friends*. Wawancara diharapkan mampu memberikan jawaban atas rumusan masalah sesuai dengan pandangan dan pendapat dari masing-masing informan yang menjadikan penelitian ini berdasarkan pada paradigma konstruktivis, (Lihat Tabel 1.) (Taylor, 2014).

Sedangkan jejaring sosial Twitter dan Instagram dipilih sebab kedua jejaring sosial tersebut memiliki fitur senyap maupun teman dekat. Twitter dalam hal ini memiliki pilihan tombol senyap baik untuk menyembunyikan kata tertentu dan menyembunyikan cuitan dari akun-akun lain. Sedangkan Instagram memiliki fitur tombol senyap dan juga teman dekat.

Tabel 1 informasi mengenai informan

Jejaring sosial yang digunakan	
Informan A	Instagram dan Twitter
Informan B	Instagram dan Twitter
Informan C	Instagram dan Twitter
Informan D	Instagram
Informan E	Instagram
Informan F	Instagram dan Twitter

TEMUAN DAN DISKUSI

Penggunaan Jejaring Sosial

Melalui hasil wawancara, ditemukan bahwa setiap informan memiliki akun jejaring sosial Twitter maupun Instagram dan seluruhnya memilih Instagram sebagai jejaring sosial yang paling sering digunakan. Namun, ditemukan pula bahwa informan A, B, C, dan F juga menggunakan jejaring sosial Twitter di samping menggunakan Instagram. Setiap informan menggunakan jejaring sosial sebagai tempat untuk mendapatkan informasi dan berinteraksi. Informan B, C, dan F menggunakan jejaring sosial untuk mencari hiburan. Di sisi lain, informan C dan F juga menggunakan jejaring sosial yang dibedakan berdasarkan fungsinya. Misalnya, para informan menggunakan Instagram untuk mengetahui kabar mengenai teman dan kerabat.

Berbeda dengan informan lainnya, informan D hanya menggunakan media sosial Instagram. Informan B, C dan F menggunakan Twitter sebagai sumber informasi dan hiburan seperti melihat cuitan-cuitan lucu. Selain untuk hiburan, informan F tidak menggunakan Twitter untuk berinteraksi dengan teman tapi lebih kepada melihat informasi mengenai tokoh-tokoh politik, dan beberapa partai-partai politik.

Sedangkan informan A menggunakan Twitter hanya untuk membaca cuitan teman yang ia ikuti saja.

Semua informan merasa butuh menggunakan media sosial sebagai sumber informasi mereka. Informan A mengaku bahwa ia sempat berhenti menggunakan media sosial, namun kembali menggunakannya lagi setelah satu tahun sebab membutuhkan informasi mengenai hal-hal yang terjadi di sekitarnya terutama informasi mengenai teman dan kerabatnya.

"Jadi waktu itu gue gak ada media sosial sama sekali. Trus setelah setahun gue pengen lagi balik pakai medsos karena merasa nggak connect gitu sama temen-temen gue kalo gue nggak punya medsos. sendiri." (Informan A)

Setiap informan mengikuti akun-akun lain di jejaring sosial seperti Twitter maupun Instagram. Kecuali informan A, informan lainnya memilih siapa yang hendak mereka ikuti dan jadikan teman pada media-media sosial tersebut. Daftar pertemanan yang berarti pengikut maupun akun yang diikuti oleh para informan tidak selalu merupakan teman dekat di kehidupan nyata. Beberapa merupakan kenalan dalam arti mereka yang informan kenal dan pernah melakukan interaksi di kehidupan nyata. Namun, berbeda dengan informan lainnya dimana mereka memilih siapa yang mereka ikuti, informan A memilih untuk mengikuti semua teman dan kenalan yang ia miliki apabila ia tahu mereka memiliki jejaring sosial.

Hampir semua informan menggunakan jejaring sosial tersebut untuk berinteraksi dengan orang lain seperti bertukar informasi, memberikan komentar dan mengirimkan pesan singkat. Lain halnya dengan informan D dimana ia menggunakan Instagram dengan tujuan mengetahui informasi mengenai kajian. Oleh karena itu, informan D mengaku bahwa ia tidak banyak mengikuti akun milik teman dan kerabat. Sekalipun informan D memilih untuk mengikuti akun teman, orang tersebut harus merupakan orang yang ia kenal dan pernah melakukan interaksi secara nyata.

"Kalo nggak urgent banget buat saling follow ya udah. Karena tujuan utamaku cuma untuk cari informasi tentang kajian itu sih. Bukan untuk berteman seperti itu. Kalau teman seenggaknya aku tahu dia, gitu." (Informan D)

Alasan para informan dalam memilih Instagram sebagai jejaring sosial yang paling aktif digunakan pada dasarnya sama. Hal tersebut disebabkan karena para informan menganggap Instagram tempat dimana informasi mengenai kerabat lebih akurat dan lebih mudah didapatkan.

"Soalnya lebih update Instagram gitu kan, yang kehidupan terkini mendingan follow nya di Instagram aja." (Informan F)

Bentuk interaksi yang dihasilkan dari mengikuti beberapa akun, terutama akun-akun kerabat dan teman didapatkan cukup beragam. Sebagai pengguna Twitter, informan A hanya membaca cuitan-cuitan dari akun yang ia ikuti saja. Informan B terkadang membalas beberapa cuitan dari daftar teman yang aktif menggunakan Twitter. Untuk Instagram, informan A menggunakannya sebagian besar untuk menunggu konten di *story* sedangkan untuk konten *feed* jarang dilakukan. Sebagian besar menggunakan Instagram untuk berinteraksi dengan teman dan kerabat melalui *Direct Message* (DM) atau pesan langsung yang ditujukan pada mereka terutama ketika seseorang mengunggah sebuah *story*. Beberapa dari informan juga sering menyukai (*like*) gambar-gambar yang diunggah oleh teman dan pengikut mereka yang dapat dilihat melalui *feed*. Informan B mengaku ada interaksi yang terkadang dipilih untuk tidak dilakukan karena ia merasa tidak terlalu dekat dengan akun yang ia ikuti tersebut sehingga segan untuk melakukan interaksi.

"Beberapa komen story, tapi yang lain ya like foto doang. Kadang kan mau tahu lokasinya gitu ya, tapi kalo nggak deket ya nggak gue tanya" (Informan B)

Penggunaan Fitur Senyap dan Teman Dekat

Setelah ditanya lebih lanjut didapatkan bahwa sebagian besar dari informan tahu akan keberadaan fitur senyap dan teman dekat. Para informan menggunakan fitur tersebut untuk menyaring konten yang ingin mereka lihat terlebih apabila konten tersebut bertolak belakang dengan minat dan kepentingan mereka.

"Kalo following biasanya di mute. Apalagi kayak kemarin itu masalah gejolak politik itu parah sih. IG story benar-benar penuh sama hal-hal politik kaya gitu dan menurutku itu kurang elegan." (Informan E)

Peneliti menemukan bahwa fitur senyap tidak selalu digunakan oleh beberapa informan apabila mereka dipertemukan dengan konten dan pembahasan yang tidak mereka sukai. Bagi informan C dan F, apabila akun yang mereka ikuti merupakan akun *public figure* yang tidak memiliki kepentingan dan hubungan nyata di kehidupan mereka, kedua informan memilih untuk langung *unfollow* atau memutuskan hubungan. Sebelum memutuskan untuk menggunakan tombol senyap pada akun-akun tertentu, seluruh pengguna tidak menyangka bahwa akun-akun yang mereka senyapkan sebelumnya akan menunggu sesuatu yang bertolak belakang dengan minat dan kepentingan mereka.

Dalam penggunaan fitur *close friends* atau teman dekat, kebanyakan informan memiliki alasan yang sama bahwa mereka ingin hanya beberapa orang saja yang mengetahui apa yang mereka unggah di *insta story*. Selain karena perihal tersebut, informan B mengatakan bahwa ia merasa apa yang diunggahnya akan mempengaruhi pihak lain sehingga ia membatasi akun lain untuk melihat unggahan tersebut

dengan menggunakan fitur teman dekat. Informan F mengatakan fitur *close friends* ia gunakan untuk menjaga ruang pribadinya mengingat hanya orang-orang tertentu saja yang dapat melihat. Dalam memilih kriteria "teman dekat", para informan memiliki pendapat yang sama. "Teman dekat" yang dimaksud bukan hanya mereka yang merupakan sahabat atau orang terdekat bagi para informan tapi juga orang-orang yang dianggap memiliki pandangan serupa, tidak akan berkata buruk dan berpikiran negatif terhadap apa yang informan unggah di *story* mereka.

"Pastilah teman-teman dekat dan yang kedua itu karena gue merasa orang itu nggak akan komentar banyak pas liat konten gue. Nggak bakal memandang gue negatif atau menilai gue negatif" (Informan F)

Berbeda dengan yang lainnya, informan D tidak menggunakan fitur teman dekat dan tidak mengetahui keberadaan fitur tersebut. Tujuan utama informan menggunakan Instagram bukan untuk bersosialisasi dengan teman dan kerabat melainkan untuk informasi seputar kajian sehingga informan D merasa tidak membutuhkan fitur teman dekat.

"Karena tadi itu kan, tujuannya awalku itu. Jadi dari awal aku nggak terlalu meng-explore fitur-fitur yang berkaitan sama pertemanan seperti close friends." (Informan D)

Dalam pandangan mereka terkait fitur-fitur tersebut, seluruh informan merasa bahwa kehadiran fitur senyap dan teman dekat merupakan hal yang penting dan memang dibutuhkan bagi pengguna jejaring sosial. Bagi mereka fitur ini dibutuhkan agar setiap pengguna dapat menyaring apa yang mereka suka dan tidak suka di akun mereka masing-masing. Selain itu kegunaan lain dirasa baik untuk menjaga hal-hal pribadi pengguna dan menjalin hubungan yang lebih baik agar terhindar dari konflik.

"Sangat dibutuhkan. Konten filter itu sesuatu yang wajib ada ketika konten-konten membanjiri. Orang-orang kan punya preferensi dan itu butuh difasilitasi dan itu lewat konten filter kaya mute gitu. Ini juga penting untuk menjaga hubungan." (Informan A)

"Itu lebih penting untuk menjaga hubungan sih, karena kita nggak bisa cuma gara-gara dia nge-post Korea-Korea melulu kita jadi unfollow kan nggak enak juga. Kita cuma bermasalah sama kontennya bukan sama orangnya." (Informan C)

Sikap Selektif Pengguna Instagram dan Twitter

Mengingat bagaimana jejaring sosial mengizinkan siapa pun membentuk koneksinya masing-masing, lewat wawancara diketahui bagaimana informan membentuk lingkup jaringan mereka lewat Twitter dan Instagram (Boyd & Ellison, 2007). Jaringan koneksi yang dibentuk oleh para informan adalah mereka yang informan kenal dan pernah melakukan interaksi di dunia nyata serta akun-akun lain yang tidak

memiliki hubungan langsung dengan informan seperti akun para figur publik, akun mengenai hobi, kegemaran dan kebutuhan informan akan informasi tertentu. Seperti yang diketahui, jejaring sosial juga memungkinkan siapapun untuk mengikuti orang-orang yang tidak mereka kenal sehingga akun-akun seperti akun figur publik tetap merupakan lingkup koneksi dari tiap pengguna.

Sikap selektif yang dilakukan pengguna pada akun mereka masing-masing ditunjukkan dengan berbagai macam cara. Teori paparan selektif akan menjelaskan bagaimana pengguna memilih apa yang menarik bagi mereka dan apa yang tidak mereka sukai (Stroud, 2014). Namun, sebelum membahas mengenai bagaimana teori ini berhubungan dengan perilaku pengguna dalam memanfaatkan fitur senyap, perlu diketahui bahwa sikap selektif bahkan telah diterapkan oleh para informan ketika mereka memilih teman untuk diikuti. Kecuali informan A, informan lainnya memilih terlebih dahulu orang-orang yang ingin mereka ikuti tidak serta merta semua orang yang mereka tahu memiliki akun jejaring sosial. Informan D bahkan hanya mengikuti akun yang benar-benar ia butuhkan dan sesuai dengan tujuannya menggunakan Instagram yaitu untuk mengetahui informasi mengenai kajian. Memilih dalam menggunakan jejaring sosial tertentu sesuai fungsinya masing-masing juga bentuk dari sikap memilih. Hal ini disebabkan karena berdasarkan wawancara yang dilakukan, pilihan ini nantinya akan berpengaruh pada akun apa saja yang mereka ikuti untuk masing-masing jejaring sosial.

Beberapa informan memilih menggunakan Twitter untuk fungsi hiburan karena lebih banyak pengguna yang mengunggah konten lucu di Twitter dibanding Instagram. Sedangkan Instagram digunakan untuk mengetahui kabar dan informasi dari orang lain yang benar-benar mereka kenal. Informan F menyebutkan bagaimana Twitter ia gunakan sebagai sumber informasi terkait politik seperti tokoh dan partai pilihannya. Hal ini didukung oleh pernyataan bagaimana jejaring sosial menyediakan informasi tidak lagi berdasarkan platform berita tertentu saja. Sehingga pengguna tidak perlu mengikuti hanya sebatas platform penyedia berita saja melainkan bagaimana pengguna dapat memilih konten tersebut sendiri terlepas dari siapa yang menyediakan berita tersebut (Messing & Westwood, 2012). Hal ini juga berhubungan dengan sikap selektif berikutnya yaitu memilih konten berdasarkan apa yang mereka sukai yang juga termasuk ke dalam teori paparan selektif (Stroud, 2014).

Informan E mengatakan bagaimana akun yang ia ikuti tidak hanya mereka yang ia kenal di kehidupan nyata saja namun juga akun-akun *influencer*, akun mengenai *make up* dan *fashion* serta akun selebriti. Teori paparan selektif mengatakan bagaimana sebenarnya seseorang dapat memilih untuk melihat hal mana yang menarik bagi mereka dan menghindari apa yang tidak mereka sukai (Stroud, 2014). Sehingga para informan mengatakan apabila secara tidak sengaja mereka terpapar oleh sesuatu yang tidak mereka sukai, para informan akan

menggunakan tombol *mute* yang disediakan oleh Twitter dan Instagram. Dengan menggunakan tombol *mute*, seseorang dapat menyembunyikan cuitan dan unggahan pengguna lain tanpa berhenti menjadi pengikut mereka. Hal ini juga dipilih oleh para informan untuk menjaga hubungan dan tetap menjaga jaringan mereka. Pada dasarnya yang dihindari oleh informan adalah konten dari setiap pengguna bukan pengguna itu sendiri sehingga untuk membatalkan pertemanan di jejaring sosial hal tersebut dirasa tidak dibutuhkan.

Dalam hasil wawancara menemukan bahwa fitur *close friends* (teman dekat) bukan berarti hanya merupakan sahabat atau teman dekat di kehidupan nyata saja melainkan orang-orang yang dianggap memiliki pandangan sama dengan para informan. Oleh karena itu istilah teman dekat dalam hal ini tidak lagi sama dengan teman dekat atau sahabat di kehidupan nyata yang selama ini kita tahu. Hal ini menjelaskan bagaimana pengertian mengenai teman bisa berbeda apabila digunakan dalam ranah *online*. Teman bisa saja hanya berupa daftar nama yang tidak pernah melakukan interaksi sama sekali oleh penggunanya (Breslin & Decker, 2007). Di sisi lain, fitur teman dekat dianggap dapat menjadi privasi informan sesuai dengan apa yang telah dijelaskan bagaimana privasi merupakan sesuatu yang penting di ranah *online* (Tuunainen et al., 2009).

Apabila dihubungkan dengan teori paparan selektif, penggunaan fitur teman dekat merupakan bentuk "pemilihan" yang kita lakukan. Dengan kata lain, terkadang kita ingin menyampaikan sesuatu yang kita rasa tidak sesuai dengan pemikiran banyak orang. Para informan mengatakan bahwa mereka memilih menggunakan fitur teman dekat dan menyebarkan konten hanya pada orang-orang tertentu saja. Orang-orang tersebut adalah mereka yang informan anggap sebagai pengguna yang memiliki pemikiran yang sama, dengan kata lain mereka yang memiliki paparan selektif yang sama dengan informan. Informan B mengatakan bagaimana ia merasa apa yang ia unggah akan mempengaruhi pemikiran dan pandangan orang lain.

Oleh karena itu apabila dilihat, bahwa perilaku informan dalam memilih akun-akun yang mereka ikuti hingga bagaimana mereka menggunakan media sosial Twitter dan Instagram mempengaruhi bagaimana para informan menggunakan fitur senyap dan teman dekat. Seluruh informan memilih Instagram sebagai media sosial yang paling sering mereka gunakan. Namun selain Instagram, informan A, B, C, dan F menggunakan Twitter sebagai media sosial lain yang mereka gunakan. Perbedaan jenis media sosial yang digunakan oleh para informan juga mempengaruhi pemilihan jaringan atau akun-akun yang tiap informan ikuti. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa para informan tidak hanya mengikuti akun-akun yang mereka kenal secara langsung di kehidupan nyata namun juga akun-akun yang berhubungan dengan kegemaran mereka hingga akun figur publik. Kecuali informan D, seluruh informan menggunakan Instagram untuk berhubungan dengan kerabat dan teman-teman mereka.

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, paparan selektif juga dapat dilihat dari bagaimana para informan memisahkan tiap media sosial berdasarkan fungsinya. Fungsi media sosial tersebut juga mempengaruhi pemilihan informan untuk mengikuti akun-akun tertentu. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dari bagaimana informan C dan F menggunakan Twitter yang dikhususkan untuk melihat informasi mengenai hal-hal yang mereka sukai seperti hiburan, hobi, bahkan politik. Meskipun tidak menggunakan Twitter, informan E juga mengikuti akun yang sesuai dengan kegemarannya tentang fashion dan make up lewat media sosial Instagram. Hal ini mempengaruhi bagaimana nantinya tiap informan memanfaatkan fitur senyap dan teman dekat. Seperti yang telah diketahui bahwa seluruh informan menggunakan fitur senyap baik di Instagram maupun Twitter. Namun untuk fitur teman dekat, informan D merupakan satu-satunya pengguna yang tidak menggunakan fitur tersebut karena ia memang tidak tahu tentang keberadaan fitur teman dekat di Instagram.

Alasan para informan dalam menggunakan fitur senyap juga beragam. Apabila dikelompokkan, alasan pertama adalah intensitas penyebaran sebuah akun. Informan C dan F mengatakan bahwa mereka menggunakan fitur senyap apabila akun lain terlalu sering dan terlalu banyak mengunggah sesuatu. Selain itu seluruh informan menggunakan fitur senyap atas alasan munculnya konten atau informasi yang tidak sesuai dengan pandangan mereka. Informan E menyebutkan gejolak politik merupakan salah satu contoh bagaimana ia akhirnya memutuskan untuk menggunakan fitur senyap. Selain karena ketidaksesuaian konten, seluruh informan menggunakan fitur senyap karena mereka merasa harus tetap menjaga hubungan. Namun, informan C dan F menambahkan bahwa apabila akun tersebut tidak memiliki hubungan secara langsung dengan mereka, seperti akun figur publik atau figur politik, maka mereka tidak merasa bermasalah apabila harus berhenti mengikuti akun tersebut. Hal inilah yang menunjukkan bagaimana pemilihan akun yang diikuti juga mempengaruhi sikap informan dalam menggunakan fitur senyap dan teman dekat tersebut.

Fitur teman dekat hanya dapat digunakan oleh pengguna Instagram. Meskipun hanya memilih Instagram sebagai media sosial yang ia gunakan, informan D tidak menggunakan fitur tersebut. Selain informan D, informan-informan lainnya menggunakan fitur ini untuk beberapa alasan tertentu. Informan F menggunakan fitur tersebut dengan alasan menjaga privasinya dilihat oleh pihak-pihak tertentu. Selain alasan privasi, informan B mengatakan bahwa fitur teman dekat digunakan karena ia merasa bahwa apa yang ia sebar dapat mempengaruhi pengguna tertentu. Kecuali informan D yang memang tidak menggunakan fitur ini, seluruh informan menggunakan fitur teman dekat untuk satu alasan yang sama yaitu karena menghindari penilaian negatif dari akun-akun yang mereka rasa tidak memiliki pandangan yang sama dengan para informan.

Dalam melihat fungsi dan tujuan fitur senyap dan teman dekat, seluruh pengguna merasa bahwa fitur ini penting untuk menyaring konten sesuai kebutuhan pengguna seperti apa yang dijelaskan dalam teori paparan selektif. Perubahan cara berkomunikasi terlihat ketika informan mengatakan bahwa kedua fitur ini berfungsi untuk menjaga hubungan antar pengguna. Bahwasanya memutuskan hubungan (*unfollow*) yang dilakukan di media sosial dapat berpengaruh pada hubungan mereka di kehidupan nyata dan hal tersebut berusaha dihindari oleh para informan dengan menggunakan kedua fitur tersebut. Seperti yang diketahui, penelitian mengenai fungsi dan penggunaan fitur senyap dan teman dekat belum banyak dilakukan terutama apabila dihubungkan dengan teori pemilihan selektif. Sehingga dalam penelitian ini, dijelaskan bagaimana teori pemilihan selektif diaplikasikan oleh para pengguna media sosial lewat penggunaan fitur senyap dan teman dekat dalam memilih konten yang menarik atau tidak bagi mereka.

KESIMPULAN

Melalui pembahasan tersebut ditemukan bahwa setiap pengguna mengaplikasikan teori paparan selektif tidak hanya ketika dihadapkan pada konten yang tidak menarik bagi mereka namun juga sebelum mereka mengikuti sebuah akun. Sehingga dapat dikatakan bahwa akun yang diikuti oleh para informan juga mempengaruhi bagaimana mereka menyikapi penggunaan fitur senyap dan teman dekat itu sendiri. Apabila akun yang diikuti oleh para informan merupakan akun yang penggunaannya mereka kenal di kehidupan nyata, maka para pengguna memilih untuk menggunakan fitur senyap.

Sebaliknya, informan memilih untuk langsung berhenti mengikuti sebuah akun apabila akun tersebut merupakan akun *public figure* atau akun yang tidak memiliki hubungan langsung dengan para informan di kehidupan nyata seperti yang dilakukan oleh informan C dan F. Alasan utama para informan menggunakan fitur senyap adalah sebagai penyaring konten ketika dihadapkan pada pengguna yang terlalu sering mengunggah sesuatu hingga informasi yang tidak sesuai dengan kepercayaan para informan. Seluruh informan membutuhkan fitur untuk menyaring konten yang mereka anggap tidak sesuai dengan pandangan mereka. Selain itu informan juga menggunakannya ketika dihadapkan pada pengguna yang terlalu sering mengunggah sesuatu seperti yang dipaparkan oleh informan F dan C. Di sisi lain, fitur senyap digunakan oleh informan sebab seluruh informan menganggap bahwa fitur tersebut dapat membantu pengguna dalam menjaga hubungan satu sama lain tanpa harus berhenti mengikuti sebuah akun. Informan C dan E menambahkan hal ini menjadi penting sebab ketidaksesuaian hanya dirasa dari konten yang diunggah bukan dari pemilik akun. Selain informan D, fitur teman dekat digunakan para informan ketika mereka ingin menyebarkan sesuatu yang hanya ingin diketahui oleh orang-orang tertentu saja. Teman dekat dalam hal ini bisa jadi siapapun yang informan anggap memiliki persamaan pandangan dan tidak akan

memberikan komentar buruk. Fitur teman dekat digunakan dan dibutuhkan untuk menjaga privasi seperti yang dipaparkan oleh informan F. Tidak hanya itu, seluruh informan kecuali informan D menggunakan fitur ini untuk menghindari penilaian negatif dan pandangan aneh dari orang-orang tertentu yang tidak memiliki pandangan sama dengan para informan. Kedua fitur digunakan oleh para informan untuk membantu mengatur dan memilih konten dari jaringan yang telah mereka bentuk.

REFERENSI

- Akram, W., & Kumar, R. (2018). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351–354. <https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, 1–23. <https://doi.org/10.9790/487X-0124852>
- Breslin, J., & Decker, S. (2007). The Future of Social Networks on the Internet: The Need for Semantics, 5, 86–90.
- Burke, R. (2012). The Selective Social Network. Retrieved May 22, 2019, from <https://www.sundoginteractive.com/blog/the-selective-social-network2>
- Danesi, M. (2012). *Encyclopedia of Media and Communication*. University of Toronto Press.
- Deller, R. (2011). Twittering on: Audience research and participation using Twitter. *Journal of Audience and Reception Studies*, 8(1), 216–245. Retrieved from [http://www.participations.org/Volume 8/Issue 1/deller.htm](http://www.participations.org/Volume%208/Issue%201/deller.htm)
- Fuchs, C. (2007). *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. <https://doi.org/10.4324/9780203937778>
- Garret, R. K. (2014). Selective Processes, Exposure, Perception, Memory, 1, 740–741. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.009>
- Golbeck, J. (2012). The Twitter Mute Button : A Web Filtering Challenge. *Chi 2012*, 2755–2758.
- Hancock, B., Ockleford, E., Windridge, K., & Midlands, E. (2009). *An Introduction to Qualitative Research*.
- Haran, S. (2017). Selective Exposure In The Era Of Social Media: What Is It And Why Does It Matter? Retrieved May 23, 2019, from <https://www.theodysseyonline.com/selective-exposure-the-age-social-media-what-and-why-does-matter>
- Kemp, S. (2018). Digital in 2018 Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and Ecommerce Use Around the World. *Hootsuite: We Are Social*. Retrieved from <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464>

- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3).
<https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web - WWW '10*, 591.
<https://doi.org/10.1145/1772690.1772751>
- Ligget, R., & Ueberall, S. (2016). Social Media Impacts Behavior Norms. White Paper.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media? iCrossing*. iCrossing.
<https://doi.org/10.4324/9781315771786-2>
- Messing, S., & Westwood, S. J. (2012). Selective Exposure in the Age of Social Media: Endorsements Trump Partisan Source Affiliation When Selecting News Online. *Communication Research*, 1–23.
<https://doi.org/10.1177/0093650212466406>
- Morgan, J. S., Lampe, C., & Shafiq, M. Z. (2013). Is news sharing on Twitter ideologically biased?, 887.
<https://doi.org/10.1145/2441776.2441877>
- Moscaritolo, A. (2014). Is Someone Being Annoying on Twitter? Now You Can Mute Them! Retrieved May 23, 2019, from <https://www.pcmag.com/news/323549/is-someone-being-annoying-on-twitter-now-you-can-mute-them>
- Notopoulos, K. (2018). Instagram Finally Adds A Mute Button, Saving Countless Friendships. Retrieved May 23, 2019, from <https://www.buzzfeednews.com/article/katienotopoulos/instagram-adds-a-mute-button>
- Pardes, A. (2018). Instagram Now Lets You Share Pics With Just "Close Friends." Retrieved May 23, 2019, from <https://www.wired.com/story/instagram-close-friends/>
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evolution and research methos*. Sage Publication.
- Steijn, W. M. P., & Schouten, A. P. (2013). Information Sharing and Relationships on Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(8), 582–587.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0392>
- Stroud, N. J. (2014). Selective Exposure Theories, 1(July), 1–21.
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.009>
- Taylor, P. C. (2014). Constructivism. *Encyclopedia of Science Education*, 218–224. https://doi.org/10.1007/978-94-007-6165-0_102-2
- Tuunainen, V. K., Pitkanen, O., & Marjaana, H. (2009). Users ' Awareness of Privacy on Online Social Networking Sites - Case Facebook, (January), 1–16.
- Yazdanifard, R., Obeidy, W. K., Fadzilah, W., Yusoff, W., & Babaei, H. R. (2011). Social Networks and Microblogging; The Emerging Marketing Trends & Tools of the Twenty-first Century. *Management*, 5, 577–581.